

984066

984329

BCR 3100

Bacheloroppgave i PR og samfunnspåvirkning

Maktforholdet mellom spinndoktorer og politiske journalister

«Hvordan er maktforholdet mellom spinndoktorer i de politiske partiene og journalister i Aftenposten?»



VÅR 2015

Markedshøyskolen

Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen. Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

Førord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende del av vår bachelorgrad i PR og samfunnspåvirkning ved Markedshøyskolen. Dette har vært tre lærerike år hvor vi har studert det vi interesserer oss aller mest for.

I løpet av dette semesteret har begge har vært ute i jobb og vært trainee, derfor har det vært både krevende og lærerikt å arbeide med bacheloroppgaven samtidig.

Først og fremst vil vi takke informantene som har gjort dette mulig, både spinndoktorene på Stortinget og politiske journalister i Aftenposten. Vi vil også rette en stor takk til Ketil Raknes som inspirerte oss med faget “Politisk kommunikasjon”. Ikke minst har Raknes vært veilederen vår på bacheloroppgaven, dine konstruktive tilbakemeldinger har vært viktige bidrag på veien mot den ferdige bacheloroppgaven.

Vi vil også takke medstudenter, familie og venner for motivasjon og innspill.

Tusen takk!

Oslo, 1. juni. 2015

Med vennlig hilsen

STUDENTNR :

984066

984329

Sammendrag

Etter å ha studert PR og samfunnspåvirkning i tre år på Markedshøyskolen, har vi blitt svært inspirerte til å skrive en bacheloroppgave om politisk kommunikasjon. I denne bacheloroppgaven er formålet å generere ny kunnskap om maktforholdet mellom politiske journalister og spinndoktorer for de politiske partiene på Stortinget.

Medialiseringen av politikken har ført til en økende rolle for rådgivere generelt og en profesjonalisering. Dette er noe av grunnen til at vi stiller spørsmålstegn om hvordan maktforholdet er mellom politiske journalister i Aftenposten og spinndoktorer i de politiske partiene på Stortinget. Vår problemstilling ble følgende:

«Hvordan er maktforholdet mellom spinndoktorer i de politiske partiene og journalister i Aftenposten?»

Ved bruk av kvalitativ metode intervjuet vi tre personer som arbeider eller har arbeidet som spinndoktor på Stortinget. I tillegg til dette har vi også intervjuet to politiske journalister i Aftenposten.

Et av hovedfunnene i denne kvalitative studien er at det eksisterer A og B-lag. De politiske journalistene tenderer til å rykke ned til B-lag dersom de ikke omtaler en sak slik som en spinndoktorene har presentert den i utgangspunktet. Studien viser også at spinndoktorene besitter en god journalistforståelse og er profesjonelle. Men til tross for at spinndoktorene tilbyr informasjonssubsidier, så velger likevel journalistene å ikke delta i maktpillet. Journalistene er klare på at de kan bli lurt, noe de også tar selvkritikk på. De politiske journalistene står sterkt og det er vanskelig å kontrollere dem. Dette skjer selv om journalistene nå opplever en større press på produksjonen.

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	6
1.1 Bakgrunn	6
1.2 Valg av problemstilling	6
1.3 Disposisjon over oppgaven	8
2.0 Teori.....	8
2.1 Spinndoktor	9
2.2 Politisk kommunikasjon.....	9
2.3 Faser i medialiseringen av norsk politikk	11
2.4 Medialisering.....	12
2.5 Profesjonalisering.....	13
2.6 Spill eller substans.....	14
2.7 Agenda-setting theory	14
2.7.1 Framing	15
2.8 Informasjonssubsidier	17
2.8.1 Informasjonshindre.....	17
2.9 Gjensidighetsregelen	17
2.10 A og B-lag	18
3.0 Metode	19
3.1 Kvalitativ metode	20
3.2 Forskningsdesign.....	21
3.3 Gjennomføring av undersøkelsen.....	22
3.4 Reliabilitet og validitet.....	23
3.5 Forskningsetikk	24
3.6 Intervjuguide	24
3.7 Informantene	25
4.0 Analyse – funn og resultater	26
4.1 Selvforståelse	26
4.1.1 Tolkning	27
4.2 Relasjoner.....	27
4.2.1 Tolkning	28
4.3 Kontaktmønstre og samhandling.....	29
4.3.1 Tolkning	29
4.4 Aftenposten vs andre medier	31
4.4.1 Tolkning	32
4.5 Maktspørsmålet	33
4.5.1 Tolkning	35
5.0 Avslutning	37
5.1 Konklusjon	37

5.2 Kritikk av oppgaven.....	39
5.3 Videre forskning.....	39
6.0 Litteraturliste.....	41

VEDLEGG I - Intervjuguide til politiske journalister i Aftenposten

VEDLEGG II – Intervjuguide til spinndoktorer på Stortinget

Antall ord: 11 892

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn

Medialiseringen av politikken har ført til en økende rolle for rådgivere generelt og det har vært en økning fra 52 ansatte på Stortinget i 1989, til 152 ansatte i 2012 (Fredriksen 2012, 5). Veksten i antall ansatte i partiene skjer samtidig som redaksjonene stadig opplever større press på produksjon når de får mindre ressurser. Dette er noe av årsaken til at det er grunnlag for å stille spørsmålstegn om hvordan maktforholdet er mellom politiske journalister og spinndoktorer på Stortinget. Dette kan også kobles til det faktum at det har vært en økning i antall studieplasser innenfor PR - og kommunikasjonsfag som vi selv er en del av. Årsaken til at vi velger å studere de politiske journalistene i Aftenposten, er fordi Aftenposten er Norges største avis som setter dagsorden.

I løpet av tre år på Markedshøyskolen har det bygget seg opp en større interesse for politikk og kommunikasjon da vi har hatt ulike fag rettet mot dette. Motivasjonen for dette prosjektet kommer spesielt fra emnet "Politisk kommunikasjon" som vi hadde i 5. semester. Vi har begge også hatt journalistikk på Markedshøyskolen i tillegg til at en av oss har studert dette tidligere. I sum har dette bidratt til en større interesse rundt maktforholdet mellom spinndoktorer og politiske journalister. Vi har lest tidligere forskningsrapporter om maktforholdet, men da har utgangspunktet vært vinklet mer inn mot journalistene. Derfor velger vi nå å studere maktforholdet mellom spinndoktorer og politiske journalister i Aftenposten. Vi synes det er svært interessant å se på hvordan denne maktbalansen faktisk er. Når vi benytter begrepet "spinndoktor" sikter vi til presse eller informasjonsrådgivere for de politiske partiene.

1.2 Valg av problemstilling

I en berømt metafor av Herbert Gans så sammenlignes forholdet mellom journalister og kilder med en dans. Herbert Gans skriver følgende: "The relationship between sources and journalism resembles a dance, for sources seek access to journalists, and journalists seek access to sources. Although it takes two to tango, either sources or journalists can lead, but more often than not, sources do the leading" (Herbert Gans 1980, 116). Det trengs altså to for å danse tango og en vil alltid føre dansen. Gans antar at kildene har overtaket i nyhetsforhandlingene og at de er med på å sette dagsorden. Men stemmer dette?

Det har flere ganger tidligere blitt forsket på forholdet mellom journalistikk og PR. Rapporten “Proffere PR presser pressen” skrevet av Jens Barland (2014) er begrunnelsen for problemstillingen vår. Rapporten konkluderer med at redaksjonene opplever at PR-folk stadig tar i bruk nye virkemidler og at PR-agenter har en større portefølje oppdragsgivere. Barland konkluderer med at PR har blitt mer strategisk og at offentlig sektors informasjon har endret karakter. Rapporten påstår dette som en generell konklusjon og da er det naturlig å anta at dette også gjelder i politikken. I likhet med mange forskningsrapporter om maktforholdet, har også denne rapporten i utgangspunktet vært vinklet mer inn mot journalistene.

Med utgangspunkt i dette, så har vi har formulert følgende problemstilling:

«Hvordan er maktforholdet mellom spinndoktorer i de politiske partiene og journalister i Aftenposten?»

Vår problemstilling er en beskrivende problemstilling. Dag Ingvar Jacobsen skriver at en beskrivende problemstilling ofte vil være formulert som følger: “Hvordan ser tilstanden ut?” (Jacobsen 2005, 75). Vi har i vår problemstilling valgt å se på maktforholdet mellom spinndoktorene på Stortinget og de politiske journalistene i Aftenposten. Gjennom studien er vi interessert i å finne ut forskjellene og likhetene enhetene har til hverandre, noe som ytterligere underbygger at vi har en beskrivende problemstilling (Jacobsen 2005, 75). Det hadde vært spennende å gjøre en studie om flere politiske journalister som arbeider i ulike medier. Men av hensyn til at vi ønsker å gå mer i dybden, så har valgt å avgrense studien. Når det gjelder politiske journalister, så har vi dermed valgt å kun intervju ansatte i Aftenposten, ikke fra andre medier. Videre er studien begrenset til å intervjue tre spinndoktorer som har bakgrunn fra ulike politiske partier på Stortinget. Vi kan dermed ikke si noe om alle, siden vi ikke har intervjuet en spinndoktor fra hvert enkelt parti. Men det å si noe om alle er heller ikke vårt formål, vi ønsker å fange opp informasjon som kan beskrive maktforholdet mellom disse to gruppene.

1.3 Disposisjon over oppgaven

Vi vil i første omgang gjøre rede for relevant teori, denne teorien vil bli benyttet for å kunne besvare problemstillingen. Intervjuguiden er basert på den teorien som vi går gjennom, noe som dermed skaper grunnlaget for å analysere senere. I kapittel 3 vil det være et kapittel som omhandler metode, der vil vi gjøre rede for hva vi har gjort, hvilke metoder som er brukt og hvorfor og hvordan vi har brukt dem. Vi vil blant annet gå gjennom forskningsdesignet vårt og gjennomføringen av undersøkelsen. I kapittel 4 vil vi ta for oss funn og drøfte dette opp mot teorien fra kapittel 3. I kapittel 5 legger vi frem konklusjonen som besvarer problemstillingen vår og som oppsummerer hovedfunnene. Etter konklusjonen vil vi komme med kritikk av oppgaven før vi til slutt peker på ideer til videre forskning. Litteraturlisten vil komme under siste kapittel. Vi har laget en intervjuguide til spinndoktorene og en til journalistene, disse to intervjuguidene vil følge med som vedlegg.

2.0 Teori

I dette kapittelet vil vi gjennomgå teori som vi anser for å være relevant og av stor betydning. Denne teorien vil senere brukes for å tolke funnene og for å besvare problemstillingen.

Vi starter først med å gjøre rede for begrepet spinndoktor før vi deretter tar for oss politisk kommunikasjon. Videre tar vi for oss faser i medialiseringen av norsk politikk og profesjonalisering. Dette er særlig relevant siden mediernes profesjonalisering har resultert i en profesjonalisering av de politiske partiene. Veksten i antall spinndoktorer er i tillegg noe av årsaken til at vi undersøker maktforholdet.

I et eget delkapittel vil vi skrive om spill og substans, dette er fordi vi blant annet ønsker å undersøke om spinndoktorene er opptatt av spill. Utover dette går vi inn på agenda-setting theory, framing, informasjonssubsidier og informasjonshindre. Til slutt gjør vi rede for teorien om at det eksisterer A og B-lag. Teorien sier at når spinndoktorene tilbyr journalisten eksklusive saker, så har de en forventning om at saken skal bli positiv, hvis ikke risikerer journalisten å rykke ned til B-lag. Denne teorien blir svært relevant i vår studie fordi vi ønsker å undersøke om det faktisk er slik at spinndoktorene flytter journalistene ned til B-lag og på den måten får makt.

2.1 Spinndoktor

Det finnes flere ulike definisjoner på begrepet spinndoktor og betydningen kan variere (Cappelen 2012, 29). Ordet spinndoktor stammer fra det amerikanske ordet “spin” som på norsk betyr å snurre rundt. Den første personen som ble ansatt som den første såkalte spin doctor, var Edward L Bernays (Cappelen 2012, 29). Han var blant annet en PR-rådgiver for American Tobacco Company. Betegnelsen spin doctor ble som oftest brukt om folk som gjorde manipulerende politiske spill, i USA og England. Det ble også brukt om folk som kom med lekkasjer og Kurz (1994) definerte dette som anonymisert drittkasting (sitert i Cappelen 2012, 29).

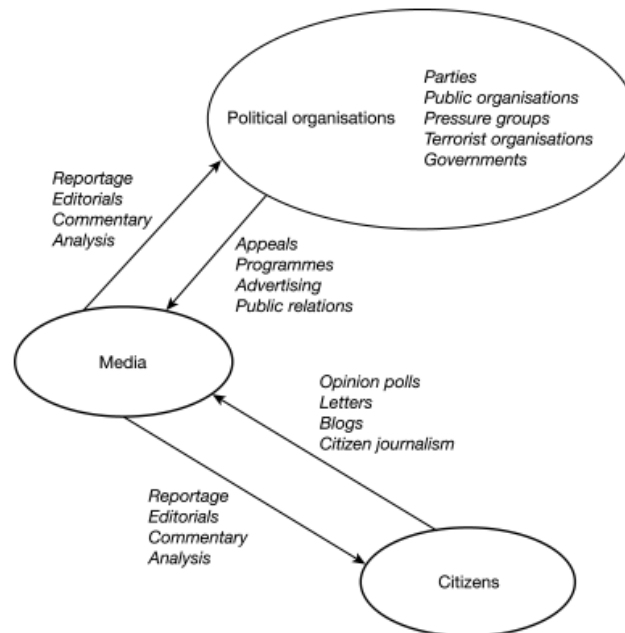
Grunnen til at vi bruker betegnelsen spinndoktor i denne undersøkelsen er fordi dette er betegnelsen som brukes i faglitteraturen. Finn Rasmussen (2012, 67) omtaler spinndoktorer som rådgivere som hjelper med å rådgi politikere, har kontakt med journalister og som jobber med presserelatert arbeid. Cappelen (2012, 29) omtaler en god spinndoktor som en som stadig finner nye vinklinger, enten for å oppnå mer oppmerksomhet eller for å avlede oppmerksomhet. Da vi kontaktet informantene fortalte vi at vi sikter til presse eller informasjonsrådgivere for de politiske partiene.

2.2 Politisk kommunikasjon

Det finnes flere ulike definisjoner på politisk kommunikasjon. Den engelske medieforskeren Brian McNair (2011, 4) beskriver politisk kommunikasjon som målrettet kommunikasjon av politiske budskaper. Ifølge McNair dekker den politiske kommunikasjonen tre områder:

- (1) Alle former for kommunikasjon fra politikere og andre politiske aktører som har til formål å oppnå spesielle mål
- (2) Kommunikasjon til politikere og andre politiske aktører fra for eksempel borgere eller journalister eller kommentatorer
- (3) Kommunikasjonen om aktørene og deres aktiviteter, som fremgår i nyhetene, lederartikler og andre former for offentlig debatt.

McNair (2011, 6) skisserer en modell som gir et godt overblikk over samspillet i politisk kommunikasjon.



Kilde: (McNair 2011, 6)

Mediene har en sentral rolle i denne modellen og befinner seg mellom velgerne og de politiske partiene. Det er viktig å merke seg at modellen kun forholder seg til den politiske kommunikasjonen som foregår via massemediene (Rasmussen 2012, 29).

Rasmussen (2012, 29) skriver at politiske partier formidler sitt budskap til media med den hensikt å få offentliggjort deres saker og på den måten nå ut til velgerne. Dette kan være ved en storstilt kampanje eller kun ved å ha kontakt med journalister. Mediene kan dermed sees som et middel og mellomledd for kommunikasjon av budskaper fra politiske aktører. Men mediene kan også tre inn i en rolle som selvstendige aktører og føre egne politiske saker. Velgere er mottakere av den politiske kommunikasjonen, men de har også mulighet til å kommunisere og markere seg, dette kan for eksempel skje ved at de blander seg inn i den offentlige debatt med leserbrev, blogging eller på andre måter (Rasmussen 2012, 29). Velgere har en påvirkningskraft som ikke skal undervurderes, deres reaksjoner på politiske saker kan føre til endringer i partiers politikk.

2.3 Faser i medialiseringen av norsk politikk

Brønn og Ihlen (2009, 95) forteller at det er en vanlig påstand at forskningen om medienes betydning har gått fra å være allmektig, via en oppfatning av at de er avmektige, og til hvordan mediene blir oppfattet i dag, som er mektige.

Tor Bjørklund inndeler i fire faser når han taler om medienes politiske utvikling i Norge:

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
1945-1957	1961-1969	1973-1989	1992-
Mediene som kanal	Mediene som arena	Mediene som aktør	Mediene som regissør/scene

(Modell laget selv, basert på Bjørklund 1991)

Den første fasen forteller oss om den tiden hvor mediene var partiavhengige og ble brukt mest som politiske verktøy. Avisene hadde i oppgave å informere om politiske arrangementer, spesielt for det partiet som de hadde en tilknytning til, samtidig publisere de synspunktene som deres parti hadde. I andre fase på 60-tallet, endret situasjonen seg ved at avisene i større grad tok hensyn til andre synspunkter enn partienes. I denne andre fasen fikk mediene en rolle som en arena. Tilknytningen som avisene hadde til partiene begynte å forsvinne, og med denne frigjørelsen ble det skapt en mer kommersiell virksomhet i media (Bjørklund 1991, 284). Aftenposten gled langsomt ut av det tradisjonelle forholdet til Høyre da partiet ble regjeringsparti etter stortingsvalget i 1965 (Nordland 2011, 209). Dette fører oss til fase 3, mediene gikk over til å bli aktør med fjernsynets utvikling (Bjørklund 1991, 280). Johansen (2008, 157) skriver at fjernsynet har forandret betingelsene for politisk kommunikasjon.

Siden 90-tallet har mediene tatt rollen som regissør i det politiske landskapet. Denne utviklingen har medført at forholdet mellom politikk og media har endret seg. TV-debattene fikk etter hvert en stor betydning, en av årsakene er at det bidro til å klargjøre forskjellene mellom partiene. Bjørklund hevder at de politiske partiene mistet innflytelse mens mediene fikk økt innflytelse (Bjørklund 1991, 298). Det at partipressen har blitt borte har medført at mediene har blitt særdeles viktig for politikere som vil nå ut til

folket.

De fasene som Bjørklund beskriver, kan tolkes som skritt på veien i utviklingen av nyhetsmediene til en selvstendig politisk institusjon (Allern 2001, 305). Statsviteren Timothy E. Cook er inspirert av den nyinstitusjonelle retningen og ser på nyhetsmediene som en institusjon i samfunnet. Cook gir følgende definisjon på institusjoner:

“Institutions are social patterns of behavior identifiable across organizations that are generally seen within a society to preside over a particular social sphere” (Cook 1998, 70).

Timothy Cook peker på tre trekk som kjennetegner institusjoner. For det første så baserer institusjoner seg på felles normer og regler. Det andre trekket ved institusjoner er at de er utstrakte i både tid og rom. Det tredje trekket ved institusjoner er at medlemmer og andre i samfunnet forventer at de dekker bestemte arbeideroppgaver og behov. Dette trekket er det tydeligste av dem alle tre, det handler nemlig om deres rolle som kanal og arena for kommunikasjon i offentligheten (Cook 1998, 70). Sigurd Allern sier seg enig i dette, og sier følgende: “I statlige utredninger og innstillinger om norske medier er dette blitt knyttet til oppgaver som anses viktige for det politiske demokratiet, som informasjon om samfunnsspørsmål, gransking av ulike typer maktthavere og samfunnsdebatt” (Allern 2001, 43). Dette idealet er i tillegg nedfelt i Norsk Presseforbund sine etiske regler, nemlig Vær Varsom-plakaten. Der legges det vekt på oppgaver som informasjon, samfunnskritikk og debatt.

2.4 Medialisering

Medialisering betegner hvordan de politiske aktørene og institusjonene påvirkes av endringene i mediene og hvordan de tilpasser seg (Asp 1986, 359). Sigurd Allern (2001, 305) støtter dette og skriver at medialiseringen av politikken handler om partienes, regjeringens, politikernes og interesseorganisasjonenes frivillige og ufrivillige tilpasning til den institusjonelle rammen. Rasmussen (2012, 38) skriver at når det skjer en medialisering av det politiske arbeidet, vil det si at samfunnet og de politiske aktører i stigende grad blir underlagt eller blir avhengige av mediene og deres logikk. Dette kan medføre at spinndoktorer som jobber for et parti tar i bruk ulike teknikker og verktøy for å kunne få pressens interesse og publisering, samt for å kunne forsvare seg overfor mediene. Sosiologen Pierre Bourdieu (1998) er en av mange som er kritisk til denne

utviklingen, men han vil ikke benekte at nyhetsmediene på ulike måter er en viktig maktfaktor i samfunnet (sitert i Allern 2001, 15).

2.5 Profesjonalisering

Det å profesjonalisere er å gjøre til en profesjon og innrette yrkesmessig, for eksempel med faglige metoder og hjelpemidler (SNL 2009). Sigurd Allern skriver at profesjonalisering betegner en utvikling som går i retning av en slik idealtipe, for eksempel gjennom utdanning (Allern 2001, 19). På bakgrunn av at det ble opprettet toårig høyskoleutdanning for journalister, så har journalistikken blitt profesjonalisert. Selvstendighet og uavhengighet er dermed blitt to sentrale honnørord i journalistisk selvforståelse og ideologi (Allern 2001, 258). Gradvis ble den politiske journalistikken mindre forutsigbar med hensyn til intervju-kilder og journalistiske vinklinger (Allern 2001, 93). En viktig del av profesjonaliseringen ble etiske spørsmål, Vær Varsom-plakaten angir pressens etiske profesjonsregler og et av målene er å høyne norske journalisters etiske bevissthet (Cappelen 2012, 32). Profesjonsetikk er et strategisk viktig grep for enhver profesjon som ønsker å vinne offentlig aksept og omgivelsenes tillit (Cappelen 2012, 32).

I senere tid har mediernes profesjonalisering resultert i en profesjonalisering av de politiske partiene. I en studie gjort av Jannicke Fredriksen fremkommer det at det har vært en økning fra 52 ansatte på Stortinget i 1989, til 152 ansatte i 2012 (Fredriksen 2012, 5). Dette kan kobles til det faktum at det har vært en økning i antall studieplasser inn PR - og kommunikasjonsfag. Spinndoktorene blir stadig mer profesjonelle. I en rapport av Jens Barland (2014, 39) kommer det frem at redaksjonene opplever dette som positivt ettersom at de blir mer forutsigbare å forholde seg til. På den andre siden blir spinndoktorene også flinkere i å hindre journalistene tilgang eller i å legge premissene for hvordan saker dekkes. Disse funnene til Barland underbygges av Ihlen og Robstad (2011, 173) som skriver at PR-bransjen blant annet bruker informasjonshindre som teoretiske redskaper. Sigurd Allern (2001, 266) skriver at en regjering eller et parti kan ha sterk interesse av å hindre publisitet om bestemte spørsmål. Vi vil komme tilbake til informasjonshindre senere i oppgaven. Men dette indikerer at profesjonaliseringen av de politiske partiene kan være svært viktig for dem. Ihlen og Robstad (2011, 225) skriver at innenfor dette fagfeltet ønsker flere å bli sett på som en profesjon, altså handler det om å kunne noe som ikke alle andre kan.

2.6 Spill eller substans

Det har blitt vanlig innenfor dette feltet å skille mellom spill og substans. Tønsager (2001, 53) finner at kampanjerelatert fokus har økt i norske medier fra 1965 til 1997. Dette har dermed hendt på bekostning av saksrelatert journalistikk. I hvilken grad det er fokus på spill, varierer mellom mediene. I studien fremkommer det at Aftenposten i mindre grad hadde kampanjepreget stoff enn Dagbladet. Thea Husom (2014, 31) finner i sin studie at under valgkampen i 2013 så var Aftenposten en av de avisene med mest substans i motsetning til spill. Likevel kan spinndoktorene ta hensyn til at mediene kan være spillorienterte og dermed kan de knytte sakene til en spillramme for å få omtale. Dette kan ofte knyttes opp til nyhetskriteriene og tolkningsrammer. Ved å bruke tolkningsrammer kan en spinndoktor legge vekt på ulike trekk og legge føringer for hvordan en sak skal fortolkes samtidig som den får en nyhetsverdi. Spinndoktorene kan ta hensyn til de temaene som journalistene er opptatt av slik at saken blir interessant. Dette kan skje i form av at spinndoktorene gir journalistene saker som har en verdi i henhold til nyhetskriteriene. I en studie gjort av Christine Rian Johannessen (2013, 67) så konkluderes det med at partiledervalgene inviterer i større grad til spillpresentasjon og det pekes også på at fokuset på konflikt og person har økt markant i mediedekningen. Konflikt og person kan sees i sammenheng med at de baserer seg på to av nyhetskriteriene. Ved at sakene oppfyller et av nyhetskriteriene, så vil de kunne få en nyhetsverdi.

2.7 Agenda-setting theory

Sigurd Allern (2001, 59) skriver at begrepet agendasetting brukes om medienes evne til å sette dagsordenen i opinionen. Teorien om agendasetting handler om hvordan dagsorden utformes og hvordan mediene påvirker oss. Dette bidrar til å sette rammene for samfunnsdebatten, ettersom de fleste av oss i stor grad henter informasjon om politiske forhold og samfunnsliv fra nyhetsmediene. Dette understreker også hvor stor betydning agendasetting kan ha for de politiske partiene. Journalistene har med andre ord makt til å gjøre ulike saker offentlige og aktuelle. Makt er et bredt begrep. Max Weber (1971, 53) knyttet makt til den muligheten en aktør har til å sette sin vilje gjennom i samfunnslivet, selv om andre deltakere skulle gjøre motstand (sitert i Allern 2001, 58).

I forlengelse av agendasetting, dukker begrepet priming opp (Allern 2001, 60). Ronald D. Smith (2013, 143) forklarer priming theory som hvordan mediene rigger scenen for publikums diskusjon rundt et tema. Det betyr blant annet at en spinndoktor i et politisk parti, i god tid før en valgkamp, forbereder mediene og politikerne på bestemte grunnleggende synspunkter. Dette kan være ved å legge frem sine grunnleggende synspunkter i for eksempel innvandringsdebatten. Denne medieeffekten kan knyttes til begrepet sakseierskap. Sakseierskap baserer seg på at et parti har stor tillitt blant velgerne på et bestemt område (Allern 2001, 61).

2.7.1 Framing

Det er ikke kun viktig hva mediene skriver, det ligger også mye makt i hvordan en sak presenteres i mediene, dette kalles for framing. Om framing sier Smith: "focuses on the presentation of the story and organizes discourse about the topic" (Smith 2013, 144). Øyvind Ihlen (2007, 10) foreslår begrepet tolkningsramme som en norsk oversettelse av framing. Om tolkningsrammer sier Øyvind Ihlen: "Tolkningsrammer er et begrep som beskriver hvordan en aktør legger vekt på visse trekk ved det som oppfattes som virkeligheten når vedkommende kommuniserer til omverdenen" (Ihlen 2007, 10). Det er likevel betydningsfullt å huske på at aktøren da velger bort andre trekk som kunne ha ført til en annen forståelse. Entaman (1993) sier at ved å bruke en spesiell tolkningsramme fremmes en viss problemdefinisjon eller en viss fortolkning av sammenhenger eller løsningsforslag (sitert i Ihlen 2007, 10).

Som Ihlen (2007, 10) skriver, så er det to sider ved tolkningsrammer. Valg av tolkningsramme kan være noe som aktøren ikke tenker på eller det kan være et resultat av en strategisk og gjennomtenkt overveielse. I seg selv er det ikke kritisk at den slags tolkningsrammer benyttes, for alle og enhver benytter seg av det for å gjøre seg forstått. Det som derimot er kritisk er hvordan disse tolkningsrammene legger opp til tolkninger som skjer på bekostning av andre mennesker (Ihlen 2007, 10). Dette har bidratt til at det har blitt mer vanlig å analysere tolkningsrammer innenfor forskning om medier og kommunikasjon.

Rasmussen (2012, 65) skriver at politiske aktører ofte benytter framing ved at de legger bestemte fortolkninger inn i det dem sier. Det er blitt gjort en studie om valgkampen i 2001, resultatene viser at velgerne ble påvirket til å endre standpunkt på bakgrunn av hva

mediene skrev (Aardal 2004, 396). Dette indikerer hvilken stor makt journalistene besitter når de kan legge føringer for hvordan saker fortolkes. Samtidig forteller det oss noe om hvordan politikere kan ramme inn en sak når de selger inn saker til journalistene. I en studie gjort av Maria Gjølberg, tyder resultatene på at mange norske bedrifter tar samfunnsansvar av PR-hensyn (Nordby 2012). I doktorgradsavhandlingen går det frem at 66,7 % av nordiske pionerbedrifter innen samfunnsansvar sier deres innsats er motivert av omdømme og merkevarebygging (Gjølberg 2012). Studiet påstår dette som en generell konklusjon og da er det naturlig å anta at dette også gjelder i politikken. Dersom virksomheter lykkes i å få frem hva de bidrar med for samfunnet, så kan dette styrke dens omdømme (Ihlen 2007, 11). I kommunikasjonen om slike forhold lener dermed aktører seg tungt på utvalgte tolkningsrammer (Ihlen 2007, 11).

2.8 Informasjonssubsidier

En informasjonssubsidie kan generelt defineres som et tilbud om bearbeidet informasjon som er laget for å øke medienes konsum av informasjonen (Allern 1997, 12). Teorien om informasjonssubsidier er relevant til denne oppgaven siden redaksjonene opplever stadig større press på produksjon samtidig som de får mindre ressurser.

Informasjonssubsidier er knyttet til oppfatningen av at informasjonsinnhenting representere reelle kostnader (Allern 1997, 72). Avsenderen tar seg av kostnadene, noe som tjener både redaksjonenes økonomi og nyhetsterskel. Kjente former for informasjonssubsidier til presse og kringkasting er blant annet nyheter publisert i pressemeldinger, pressepakker, billedtilbud, meningsmålinger, finansiering av reiser, tilbud om eksklusive intervjuer og gratis fasiliteter i forbindelse med arrangementer (Allern 2001, 49).

Dersom et politisk parti selv tar kostnaden ved å gjøre deler av det journalistiske arbeidet med en sak, så gjør de det lettere for redaksjonelle medarbeiderne. Anders Cappelen skriver følgende: ”Enkleste måte å bygge ut og styrke en sak på er å samle faktainformasjon, for eksempel relevant statistikk, som dokumenterer og eksemplifiserer det saken dreier seg om. Jo bedre faktainformasjon fra kildene, desto lettere blir det å lage en god sak” (Cappelen 2012, 92). Samtidig som disse ferdige sakene gis gratis til redaksjonene, så kan det foretas grep som gjør at verdien på saken øker, samtidig får de politiske partiene muligheten til å vinkle saken slik de selv ønsker. Det hevdes at teorien

om informasjonssubsidier har økt sin relevans i samfunnet som følge av at de opplever større press på produksjonen samtidig som de får mindre ressurser. Informasjon og muligheten til publisitet er ressurser som kan utveksles. Profesjonelle kilder kan gjennom å tilrettelegge nyheter tilby informasjonssubsidier som senker nyhetsterskelen i presse og kringkasting (Allern 2001, 31).

2.8.1 Informasjonshindre

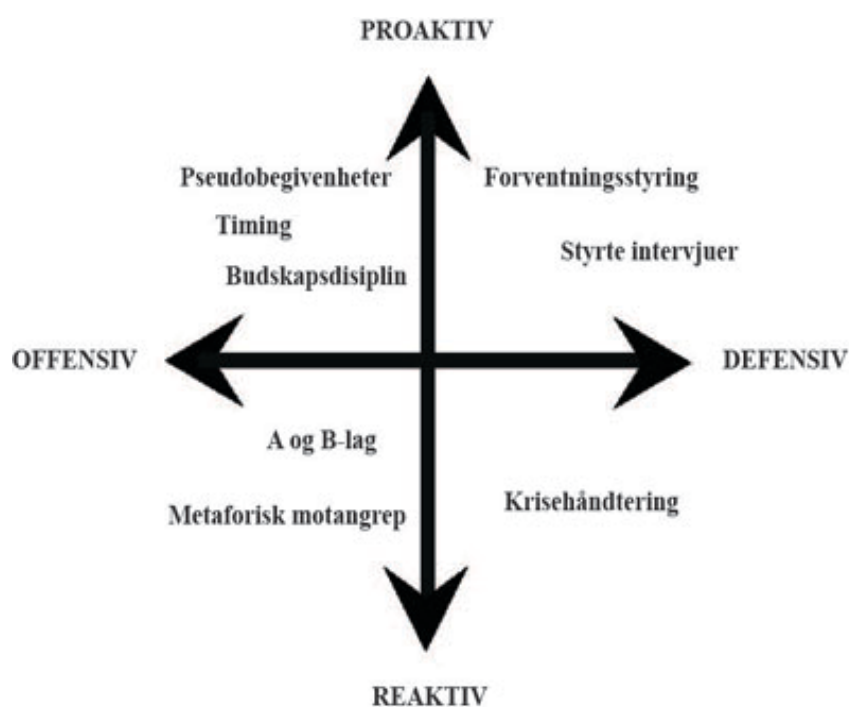
Bytteteoretisk perspektiv vil si at politikere og andre aktører tilbyr informasjon og utspill mot å få tilgang til et offentlig publikum (Allern 2001, 31). Relasjonene omhandler i tillegg også informasjonskontroll og sensur, hovedsaklig mellom regjeringen, embetsverket og pressen (Allern 2001, 31). Sensur kan kobles opp mot informasjonshindre som er motstykket til informasjonssubsidier. Sigurd Allern (2001, 266) skriver at en regjering eller et parti kan ha sterk interesse av å hindre publisitet om bestemte spørsmål. På den måten kan de forsøke å vende oppmerksomheten i en bestemt retning for å hemmeligholde en annen sak. Det er derimot fullt mulig for journalistene å drive gravejournalistikk, men dette er både kostbart og krevende tidsmessig (Allern 1997, 13). PR-bransjen bruker blant annet informasjonshindre som teoretiske redskaper (Ihlen og Robstad 2011, 173). Typisk vil politiske partier og departementer opptre som profesjonelle kildeorganisasjoner overfor media, dette indikerer at det er ansatte som jobber med kommunikasjon og som gjennomfører tiltak som omfatter både publisering og hemmelighold (Allern 2001, 266). Et eksempel på dette kan være hvordan et politisk parti kan tilby pressemeldinger vedrørende en sak for å hemmeligholde en annen.

2.9 Gjensidighetsregelen

Robert Cialdini er professor i psykologi og markedsføring ved Arizona State University. Cialdini deler de mest effektive teknikkene for påvirkning inn i seks hovedkategorier: gjensidighet, konsistens, sosiale bevis, sympati, autoritet og knapphet (Cialdini 2011, 11). Gjensidighetsregelen bygger i all sin enkelhet på det å gi og ta. I kraft av gjensidighetsregelen oppstår en takknemlighetsgjeld for tjenester, gaver, invitasjoner og lignende vi har mottatt (Cialdini 2011, 42). Noe som har vært utslagsgivende for menneskets sosiale evolusjon er en utbredt og sterk følelse av fremtidig forpliktelse (Cialdini 2011, 43). Dette er fordi den følelsen innebærer at en person kan gi noe til en annen og være trygg på å få noe tilbake. Siden mennesker ikke liker å stå med takknemlighetsgjeld, så vil mange gi tilbake i stedet for å stå i gjeld.

2.10 A og B-lag

Spinndoktorens verktøykasse er en verktøykasse som blant annet inneholder valg av pseudobegivenhet, kairos, proaktiv eller reaktiv strategi, forventningsstyring, budskapsdisiplin, A og B-lag (Rasmussen 2012, 70). Som det fremgår i modellen, så sier teorien at spinndoktorer inndeler journalister bevisst i A og B-lag:



(Modell laget selv, basert på Rasmussen 2012, 70)

Rasmussen (2012, 68) skriver at denne teorien om A og B-lag innebærer at spinndoktorer gir noen journalister en bedre behandling enn andre. A-lag er ofte journalister som kommer fra store medier, som oftere får lekket dokumenter og informasjon. Teorien om A og B-lag sier at politikerne får sikret seg gode relasjoner til noen journalister og at journalistene da vil få lekket dokumenter til seg. Det hevdes ytterligere at det eksisterer en forventning om at journalisten skal omtale det positivt, hvis ikke vil journalisten risikere å rykke ned til B-lag (Rasmussen 2012, 68). Teorien sier at B-lagene er mindre viktige og at disse journalistene sjelden får tildelt pressestoff og eksklusive saker. Dette kan være på grunn av at dem aldri har vært en del av et såkalt A-lag. En annen årsak kan være at de har rykket ned til B-lag fordi dem tidligere ikke har omtalt en sak slik som spinndoktoren har ønsket.

Inndelingen til disse lagene kommer ofte frem ved tildeling av såkalte solohistorier. En solohistorie kan sees som et eksklusiv historie som en spinndoktor gir til kun en journalist eller et medium. I en dansk rapport om spinn og dens verktøy, trekkes det også inn noen eksempler fra Norge. Den viser til at det foregår en viss “handel” med eksklusive historier i de norske departementene (Betänkning 2004, 111). Disse eksklusive historiene kan være karrierefremmende for journalisten siden han/henne kan bli sitert i andre medier og få en sentral plass i avisen (Nielsen 2011). Samtidig er det veldig attraktivt for mediet fordi det får mulighet til å publisere en nyhet alene. Dermed betyr det at favoriseringen av A og B-lag kan gå på både medium og enkeltperson.

3.0 Metode

Jacobsen (2005, 24) beskriver metode som en måte å gå fram på for å samle inn empiri, eller det vi kaller data om virkeligheten. Metode kan dermed anses for å være et redskap som hjelper til med å gi en beskrivelse av den såkalte virkeligheten. Vi skiller mellom kvantitativ og kvalitativ metode. Holter og Kalleberg (2007, 73) skriver at forholdet mellom kvalitative og kvantitative metoder til tider har vært preget av grunnleggende motsetninger. Holter og Kalleberg (2007, 73) viser til hvordan de to gruppene kan argumentere mot hverandre: “If you can’t count it, it doesn’t count.”. Denne utfordringen har blitt besvart på følgende måte: “If you can count it, that ain’t it.”

Noe som er en avgjørende forskjell mellom kvantitativ og kvalitativ metode handler om hvordan vi oppfatter den virkeligheten vi ønsker å undersøke. I metodologilitteraturen omtales dette som ontologiske spørsmål eller problemstillinger. I all hovedsak dreier dette seg om i hvilket omfang et fenomen kan anses å være virkelig. I neste fase legger vårt ontologiske ståsted betingelsene for et kunnskapssyn, en epistemologi, som gir anvisning på hvordan vi kan få kunnskap om det fenomen eller objekt som vi vil undersøke. I kvantitativ metode ønsker man først og fremst å måle den virkeligheten man er interessert i å finne ut noe om. Men dette forutsetter naturligvis at denne virkeligheten faktisk lar seg måle. For eksempel har forskning på klima og veps som utgangspunkt at disse finnes og at de har egenskaper som gjør dem målbare (Askheim og Grenness 2014, 25). Denne virkelighetsoppfatningen tilhører det positivistiske vitenskapsidealet.

Et annet ontologisk grunnsyn innebærer en oppfatning om at virkeligheten er en sosial konstruksjon. De som er tilhengere av dette virkelighetsbildet avviser den positivistiske virkelighetsoppfatningen, og lanserer i stedet fenomenologien, der den subjektive opplevelsen blir utgangspunktet (Askheim og Grenness 2014, 25). Dermed søker man heller forståelse i stedet for forklaring. De som er tilhengere av denne virkelighetsoppfatningen vil normalt benytte kvalitativ metode for å oppnå forståelse vedrørende problemstillingen.

3.1 Kvalitativ metode

I denne bacheloroppgaven forsker vi som nevnt på hvordan maktforholdet er mellom spinndoktorer på Stortinget og politiske journalister i Aftenposten. Dermed krever dette et undersøkelsesopplegg der vi legger an til å komme under huden på de som selv er en del av dette. Vi skal blant annet forske på hvordan de forholder seg til hverandre, og i denne studien har vi valgt kvalitativ metode ettersom det passer til problemstillingen vår som er følgende:

«Hvordan er maktforholdet mellom spinndoktorer i de politiske partiene og journalister i Aftenposten?»

Vår oppgave har en deskriptiv eksplorerende problemstilling siden vi undersøker hvordan maktforholdet er mellom spinndoktorer og politiske journalister i Aftenposten. Årsaken til at vi har valgt kvalitativ metode er fordi dette passer svært godt til denne problemstillingen.

Askheim og Grenness definerer kvalitativ metode som: “En måte å nærme seg virkeligheten på, og som gjerne ender opp med å produsere beskrivende data - som kan være ulike menneskers egne uttalte eller nedskrevne ord, eller observasjon av de samme menneskers atferd” (Askheim og Grenness 2014, 12). Med utgangspunkt i denne definisjonen ønsker vi å bruke kvalitativ metode for å generere ny kunnskap om maktforholdet mellom politiske journalister i Aftenposten og spinndoktorer på Stortinget. Kristen Ringdal (2013, 104) sier at kvalitativ metode bygger på at den sosiale verden konstrueres gjennom individer sine handlinger. Dette betyr at sosiale fenomener varierer ettersom hvilken kontekst de opptrer i.

Kvalitativ metode egner seg spesielt godt siden vi skal studere relasjoner. Med kvalitativ metode kan det formidles med utgangspunkt i hvordan informantene selv opplever situasjonen, noe som styrker vårt valg av metode (Askheim og Grenness 2014, 25).

3.2 Forskningsdesign

Det eksisterer tre ulike typer av design som de fleste forskere står overfor. Dette er det kausale, det beskrivende og det eksplorative. Det eksplorative er designen som oftest blir brukt innenfor kvalitativ metode, i motsetning til de to førstnevnte. Det kausale og det beskrivende blir som regel brukt innenfor kvantitativ design (Askheim og Grenness 2014, 68). I denne oppgaven valgte vi en deskriptiv eksplorerende problemstilling, siden vi undersøker hvordan maktforholdet er mellom spinndoktorer og politiske journalister i Aftenposten. Vårt formål er å få mer informasjon og få frem flere funn, som kan brukes som grunnlag til videre undersøkelse. Under det eksplorative designet eksisterer det fire andre undertyper av design som en undersøkelse kan ha i en kvalitativ metode. Disse fire er casedesign, etnografisk design, fenomenologisk design og Grounded Theory design.

Vi har valgt casedesign da formålet vårt er å forstå og å få en beskrivelse av maktforholdet mellom spinndoktorene og de politiske journalistene. Ifølge Yin (1994) er det fem komponenter som er veldig sentrale i undersøkelsen (sitert i Askheim og Grenness 2014, 71). Det første er undersøkelsesspørsmål som skal gi svar på “hvordan” og “hvorfor”-spørsmål. Det andre er teoretiske antakelser. De teoretiske antakelsene vil kunne styre den videre undersøkelsen (Askheim og Grennes 2014, 71). Komponent tre handler om de enheter som analysen tar i bruk. Disse enhetene kan være individer i for eksempel en gruppe eller en avdeling. På bakgrunn av at vårt forskningsspørsmål omhandler spinndoktorer på Stortinget og politiske journalister i Aftenposten, så har vi allerede bestemt hvem vi definerer som våre enheter. Det nest siste komponenten som er sentralt i casedesign handler om viktigheten mellom data som vi henter inn og våre teoretiske antakelser. Med dette menes det at det vil være foretrukket å bruke en analysestrategi som vi baserer analysen på våre teoretiske antakelser. Den siste komponenten i casedesign handler om hva slags kriterier vi kan ta i bruk for å tolke funnene. Det er viktig å kunne tolke funnene med tanke på de fire foregående komponentene. Dette må settes opp mot det som allerede finnes av eksisterende teori på dette temaet. Ut ifra dette har vi analysert våre funn opp mot teori og kommet frem til en konklusjon på slutten av undersøkelsen (Askheim og Grennes 2014, 72). Vi kan dermed

si at vårt design er induktivt, da vi ikke har mye informasjon om dette maktforholdet. En forsker med induktiv tilnærming går inn i forskningen med åpent sinn (Jacobsen 2005, 35). Til tross for dette, så tilegnet vi oss noe av teorien før vi laget intervjuguiden. Vi baserte dermed intervjuguidene på noe teori som var relevant til problemstillingen. Dette anså vi som en nødvendighet.

3.3 Gjennomføring av undersøkelsen

I lang tid arbeidet vi med intervjuguiden, og den ble ferdigstilt i mars. I april og mars tok vi kontakt med enkelte via telefon, de resterende sendte vi e-post til. Vi fortalte i første omgang kort om bacheloroppgaven og om problemstillingen. Siden vi ønsket intervju med journalistene og spinndoktorene, og mange av dem er travle, så foregikk intervjuene på e-post. På den måten fikk vi med oss flere personer i undersøkelsen. Vi fikk svar fra alle som ønsket å delta innen mai 2015. Intervjuene ble besvart på selve vedlegget som vi sendte med for å gjøre det lettest mulig for informantene.

Det å gjennomføre intervjuene på e-post øker muligheten for at vi blir manipulert. For eksempel ser vi ikke ansiktsuttrykkene deres og vi ser heller ikke hvordan de reagerer på spørsmål. Men ifølge Brinkmann og Tanggaard (2012, 25) så er det ikke gitt at ansikt til ansikt-interaksjon er den beste basisen for et intervju. Skårderuds (2003) erfaringer med intervjuer foretatt via e-post antyder for eksempel at jenter med spiseforstyrrelser uttrykker seg bedre om sin livssituasjon over e-post enn i ansikt til ansikt-kommunikasjon (sitert i Brinkmann og Tangaard 2012, 26). En kan for eksempel forestille seg at avstanden til intervjueren kan generere svar som er mer frie og respondenten kan gå til og fra sine svar og utdype dette over tid. Dermed er det naturlig å anta at dette også gjelder spinndoktorer og journalister. Dersom vi hadde benyttet kvantitativ metode, som for eksempel spørreundersøkelse, er svaralternativene som oftest allerede gitt og respondentene får derfor ikke utdypet seg like mye om sine tanker som ved vår undersøkelse i kvalitativ metode.

Fontana og Prokoss (2007) understreker at det elektroniske intervjuet sannsynligvis vil bli mer brukt i fremtiden i takt med utbredelsen av elektronisk situasjon, noe som også gir muligheten til å intervju mennesker man ellers ikke kunne intervju (sitert i Brinkmann og Tangaard 2012, 26). Dette understreker hvordan vi fikk gjennomført intervju med både spinndoktorer og politiske journalister i Aftenposten via e-post, mennesker med en

travel arbeidsdag.

3.4 Reliabilitet og validitet

Begrepene reliabilitet og validitet kommer frem når vi skal kvalitetsvurdere resultatet av en undersøkelse (Askheim og Grennes 2014, 22). I kvalitativ metode blir blant annet begrepet valid og reliabel definert som troverdig og bekreftbar (Askheim og Grenness 2014, 27). Ettersom vi har brukt en kvalitativ tilnærming metode har vi derfor kontrollert om resultatene er pålitelige og troverdige underveis i oppgaven ved å holde en god kommunikasjon med våre informanter og sjekke opp at svarene som har blitt gitt har blitt riktig oppfattet (Askheim og Grenness 2014, 23). Når det dreier seg om reliabilitet handler det altså om resultatene er gyldige. Det at vi har gjennomført intervjuene på e-post kan øke reliabiliteten fordi spørsmålene dermed er strukturerte. Men samtidig kan det være en trussel for validiteten fordi det blir lettere for intervjuobjektene å skrive og fortelle om andre ting enn det vi ønsker å finne ut noe om.

Når det kommer til validitet så handler det om vi har undersøkt det vi ville undersøke, samtidig hvorvidt våre intervjudata avspeiler de variablene vi var interessert i (Askheim og Grenness 2014, 23). Vi har ingen intensjon om å generalisere i denne oppgaven, men for å sikre validiteten valgte vi ut de informantene som hadde arbeidet som spinndoktor eller var politisk journalistikk i Aftenposten. Det var særdeles viktig at det var journalister som arbeidet med politikk fordi de måtte ha kunnskap om emnet. I denne oppgaven har vi dermed valgt å benytte oss av strategisk og kriteriebasert utvelging.

Kriteriebasert utvelging passer til oppgaven da vi krever at informantene oppfyller et av følgende kriterier for å samle nødvendige data:

- Arbeider som politisk journalist i Aftenposten
- Er/har vært spinndoktor på Stortinget

Vi har gjort avtale med informantene om at de er anonyme, men vi har intervjuet to politiske journalister i Aftenposten og tre spinndoktorer som arbeider eller har arbeidet på Stortinget. I utgangspunktet hadde vi sett for oss å intervju fire av hver gruppe, men kvalitative metode baserer seg på relativt små utvalg (Askheim og Grennes 2014, 15). Antall informanter burde ikke være større enn at det faktisk er mulig å gjennomføre en analyse. Kvalitativ metode skal hjelpe oss å forstå hvordan spinndoktorer og journalister

tenker, og dersom vi hadde intervjuet flere personer så hadde vi ikke kunnet gå i dybden på samme måte.

3.5 Forskningsetikk

Askheim og Grenness (2014, 162) skriver at forskningsetikk handler om de grunnleggende moralnormene for vitenskapelig praksis. Det dreier seg i hovedsak om egen adferd, om hensynet til forskningssubjektene og om å vise samfunnsmessig ansvar. Under hele forskningsprosjektet oppstår det etiske utfordringer, blant annet bør man tenke gjennom hvordan man kan unngå at undersøkelsen fører til negative konsekvenser for deltagerne (Askheim og Grenness 2014, 164).

Gjennom hele prosessen har vi tatt hensyn til etikk. Jacobsen (2005, 43) skriver at hvis vi garanterer anonymitet, betyr det at ingen, ikke en gang vi som forskere, skal kunne identifisere en respondent. Konfidensialitet innebærer at noen kan identifisere enkeltmennesker, med at de garanterer at dette ikke blir gjort. Vi gjorde det klart at de ikke ville bli nevnt med navn, men på den andre siden var det også klart at vi intervjuet politiske journalister i Aftenposten. Når det gjelder spinndoktorene på Stortinget så har vi utelatt informasjon om hvilket parti de ulike arbeider for. Dette vil uansett ikke være relevant for vårt studie, samtidig bidrar det til deres anonymitet. Et forskningsetisk dilemma er om det er viktigst å skjule informantens identitet eller å gjengi det informanten sier. Dette finnes det ikke noe standardsvar på, men det må vurderes fra gang til gang (Askheim og Grenness 2014, 164). I undersøkelsen ble vi enige med de enkelte av intervjuobjektene om at de ikke ville svare utfyllende på enkelte av spørsmålene på bakgrunn av at dem ikke var 100 % anonyme.

Jacobsen (2005, 43) skriver at for sterke avhengighetsbånd mellom forsker og oppdragiver kan friste forskeren til å ikke presentere funn som er negative for oppdragsgiver. Til tross for at en av oss arbeider i Aftenposten, så har ikke dette vært en utfordring da det ikke har vært en direkte relasjon mellom oss.

3.6 Intervjuguide

Om intervjuguide sier Brinkmann og Tanggaard: "En intervjuguide kan være mer eller mindre styrende for selve intervjuet og mer eller mindre detaljert og teoristyrte avhengig av den forforståelsen man har av hva intervjuet skal dreie seg om, og hvilke

metodologiske rammer man vil la intervjuet foregå innenfor” (Brinkmann og Tanggaard 2012, 28).

Siden vi skulle intervju to ulike grupper mennesker, så valgte vi å lage to ulike intervjuguider. Både spinndoktorene og de politiske journalistene fikk en hver (Vedlegg I og Vedlegg II). Vi arbeidet lenge med utformingen av intervjuguiden vår og det var viktig for oss å starte med myke spørsmål. Deretter strukturerte vi spørsmålene slik at rekkefølgen ble tematisk og systematisk. Det at vi inndelte spørsmålene i ulike temaer, gjorde etterarbeidet mye enklere samtidig som det ga en mer helhetlig forståelse.

Vi valgte å ringe informantene etter at de hadde mottatt spørsmålene, på denne måten kunne vi forsikre oss om at det ikke var noen uklarheter angående spørsmålene. Dette viste seg å være lurt, for selv om vi ga en definisjon på “spinndoktor”, så viste det seg å være uklarheter rundt betegnelsen likevel. Dette løste vi da ved å gå gjennom begrepet spinndoktor på nytt på telefon.

3.7 Informantene

Spinndoktor 1

Denne spinndoktoren er eller har vært spinndoktor for et politisk parti på Stortinget.

Spinndoktor 2

Denne spinndoktoren er eller har vært spinndoktor for et politisk parti på Stortinget.

Spinndoktor 3

Denne spinndoktoren er eller har vært spinndoktor for et politisk parti på Stortinget.

Journalist A

Dette er en politisk journalist i Aftenposten.

Journalist B

Dette er en politisk journalist i Aftenposten.

4.0 Analyse – funn og resultater

Brinkmann og Tanggaard (2012, 37) sier at å analysere betyr å dele noe opp i mindre deler. I denne studien gjorde vi analysen ved bruk av “klipp-og-lim-teknikk” og tok utgangspunkt i teoretisk lesning. Det vil si at vi tar for oss funnene og drøfter dette opp mot teorien. Askheim og Grenness (2014, 149) sier at “klipp-og-lim-teknikk” dreier seg om at forskeren plukker eller klipper fra hverandre utsagn som knytter seg til et bestemt fenomen. Deretter limer forskeren dette sammen med andre utsagn fra andre personer som også har blitt intervjuet. Vi setter dette deretter sammen i fem ulike kategorier. På forhånd hadde vi allerede delt opp spørsmålene etter kategorier i intervjuguidene, dermed endte vi opp med fem ulike kategorier i analysen: selvforståelse, relasjoner, kontaktmønstre og samhandling, Aftenposten VS. andre medier og til slutt maktspørsmålet. Disse temaene er veldig relevante i maktspørsmålet mellom politiske journalister i Aftenposten og spinndoktorer på Stortinget. Ved bruk av kvalitativ metode kan vi få innsikt i hvordan begge partene tenker og opplever situasjonen i forhold til hverandre (Askheim og Grenness 2014, 25).

4.1 Selvforståelse

Under dette første temaet ønsker vi å gjøre rede for spinndoktorens og journalistenes egne selvforståelse. Det er interessant å finne ut hva som driver dem.

Når det gjelder spinndoktorene så ønsker vi å finne ut hva som driver dem, vi ønsker å finne ut om de er mest opptatt av strategi og spill. På spørsmål om forståelse for strategi og spill var avgjørende i arbeidet som spinndoktor, så svarte alle tre spinndoktorene at dette var avgjørende. Det kom også frem at alle var enige om at den viktigste oppgaven og det som kjennetegner en god spinndoktor på Stortinget er å ha kontakt med pressen. Spinndoktor 2 og Spinndoktor 3 forteller blant annet at det er viktig å kunne forstå politikk og journalistenes behov. De forteller også at en god spinndoktor kjennetegnes ved at den har faktabasert bakgrunn om journalistene.

Når det gjelder journalistene så var både Journalist A og Journalist B enige om at det som kjennetegner en god politisk journalist i Aftenposten er at man evner å følge med på det mest relevante. I tillegg forteller de at man må ha en god evne til å identifisere problemstillinger. Både Journalist A og Journalist B nevner også Norges viktige prosesser som en av de viktigste årsakene til at de liker å arbeide som politisk journalist.

4.1.1 Tolkning

Det var bred enighet om at den viktigste oppgaven til en spinndoktor er å ha kontakt med pressen. Ellers sa de at det som kjennetegner en god spinndoktor er at de må kunne forstå politikk og journalistenes behov. Spinndoktorene sa også at det som kjennetegner en god spinndoktor er en som sørger for en god faktabasert bakgrunn. På spørsmål om strategi og spill var avgjørende i arbeidet som spinndoktor, så svarte alle tre spinndoktorene at dette var avgjørende. Dermed kan vi tolke funnene våre slik at spinndoktorene medvirker til å gjøre politikken mer spillorientert.

På den andre siden tyder funnene på at de politiske journalistene i Aftenposten er mer opptatt av substans. Som vi gjorde rede for ovenfor, så var både Journalist A og Journalist B enige om at Norges viktige prosesser var en av de viktigste årsakene til at de liker å arbeide som politiske journalister. I tillegg er både Journalist A og Journalist B enige om at det som kjennetegner en god politisk journalist i Aftenposten er at man evner å følge med på det mest relevante og at man har en god evne til å identifisere problemstillinger. Dette gjør at det tyder mer på at journalistene er mest opptatt av substans i motsetning til spill. I en studie gjort av Thea Husom (2014, 31) fremkom det at under valgkampen i 2013 så var Aftenposten en av de avisene med mest substans i motsetning til spill. Dette er med på å underbygge våre funn om at de politiske journalistene i Aftenposten er opptatt av substans i arbeidet som politisk journalist. Dette underbygges også ytterligere av en studie gjort av Tønsager (2001, 53), det fremkommer at Aftenposten hadde mindre grad av kampanjepreget journalistikk enn hva Dagbladet hadde. Dette er med på å forsterke svarene til journalistene og våre tolkninger.

4.2 Relasjoner

Vi har sett på hvordan relasjonen er mellom spinndoktorene på Stortinget og politiske journalister i Aftenposten.

Spinndoktor 1 og Spinndoktor 3 er enige om at det er et godt forhold mellom spinndoktorene og journalistene og at de har et gjensidig avhengighetsforhold til hverandre. Spinndoktor 2 mener derimot at spinndoktoren er mer avhengig av journalisten, enn journalisten er av spinndoktoren. Spinndoktor 3 legger også til at man ikke må slippe journalistene for tett inn på seg.

Når det gjelder journalistene, så viser funnene at de har et bedre forhold til de spinndoktorene som velger å være åpne og som spanderer informasjon. Dette kan vises ved følgende sitater da vi stilte følgende spørsmål til journalistene: “Hvordan vil du selv karakterisere relasjonen mellom politiske spinndoktorer og journalister?”:

Jeg setter mest pris på dem som ikke bare prøver å selge inn sin vri, men som også er gode til å gi relevant bakgrunnsinformasjon fra eget parti og fra hva som skjer – altså de som gir litt av seg selv til nytt for meg – uten at jeg skriver om deres tips (Journalist A).

Gjennomgående er samarbeidet best med folk som klarer å være åpne, og dele informasjon (Journalist B).

4.2.1 Tolkning

Som vi gjorde rede for ovenfor, så kom det frem i funnene at journalistene har et bedre forhold til de spinndoktorene som er åpne og villige til å dele informasjon. Dette indikerer at spinndoktorer derfor i stor grad må være åpne med journalistene for å danne et bedre forhold til dem. Det innebærer dermed at at spinndoktorene får noe tilbake når de velger å dele informasjon. Vi kan altså tolke det slik at spinndoktorene får en bedre relasjon til de politiske journalistene som de velger å dele mye informasjon med. Dette kan vi knytte til Cialdinis prinsipp som bygger på gjensidighetsregelen. Fra gjensidighetsregelen oppstår det en takknemlighetsgjeld som kan være i form av for eksempel tjenester, gaver og lignende som en har mottatt (Cialdini 2011, 42). Informasjonen fra partiene byttes mot oppmerksomhet i mediene ved at spinndoktorene gir fra seg informasjon for å få en bedre relasjon til journalistene.

Både Spinndoktor 1 og Spinndoktor 3 var enige om at det eksisterer et godt forhold mellom spinndoktorer og journalister. Spinndoktor 2 mener derimot at spinndoktoren er mer avhengig av journalisten, enn journalisten er av spinndoktoren. Ved at spinndoktorene er avhengige av journalistene og gir fra seg informasjon, så kan de også oppnå den oppmerksomheten i mediene som de ønsker. Dette kan kobles opp mot et bytteteoretisk perspektiv. Ifølge Allern (2001, 31) så handler det om at politikere og andre aktører tilbyr informasjon og utspill mot å få tilgang til et offentlig publikum (Allern 2001, 31). Spinndoktor 3 sier likevel at man ikke må slippe journalistene for tett inn på seg, noe som indikerer at spinndoktorene også kan være tilbakeholdne med

informasjon i utgangspunktet.

4.3 Kontaktmønstre og samhandling

I denne delen ønsker vi å belyse de funnene som angår kontaktmønstre for å se om det er hold i teorien om at journalister blir gruppert etter A og B-lag. Her har vi derfor valgt å legge hovedfokuset på de politiske journalistene.

Journalist A forteller at han/hun svært sjelden får tilsendt eksklusive historier fra spinndoktorer på Stortinget. Denne journalisten publiserer heller aldri, eller svært sjelden, en sak slik som den er solgt inn. På den andre siden sier Journalist B at han/hun ofte mottar ideer, men at han/hun aldri publiserer det slik som det er solgt inn, med mindre det er en konkret nyhet eller lekkasje.

Journalistene fikk også spørsmål om hva de vanligste feilene spinndoktorer gjør når de jobber mot den politiske redaksjonen i Aftenposten. De svarte følgende:

De tror noen ganger at jeg vil «kjøpe en pakkelse» og skrive en sak slik de har tenkt det ut (Journalist A).

De skjønner ikke at vi har andre vurderinger enn dem, og de blir sinte/sure når vi ikke gjør som de ønsker. De dårligste blir grinete over lengre tid. Det er ikke konstruktivt. (Journalist B).

På den andre siden sier Spinndoktor 3 at dersom man ikke får ut saken sin i Aftenposten, så kan man alltså gå til noen andre.

4.3.1 Tolkning

Det kan hevdes at spinndoktorer inndeler journalister bevisst i A og B-lag. A-lag er ofte journalister som kommer fra store medier, som oftere får lekket dokumenter og informasjon. På denne måten får politikerne sikret seg gode relasjoner til noen journalister. Det hevdes at det eksisterer en forventning om at journalisten skal omtale det positivt, hvis ikke vil journalisten risikere å rykke ned til B-lag (Rasmussen 2012, 68).

Inndelingen til disse lagene kommer frem ved tildeling av såkalte solohistorier. En solohistorie kan sees som en eksklusiv historie som en spinndoktor kun gir til en journalist eller et medium.

Våre funn viser at journalister som ikke skriver om saker slik som de blir solgt inn, heller ikke får henvendelser om eksklusive saker. For eksempel så forteller Journalist A at han/hun svært sjelden får tilsendt eksklusive saker fra spinndoktorer på Stortinget. Denne journalisten publiserer heller aldri, eller svært sjelden, en sak slik som den er solgt inn. Dette indikerer at det er hold i teorien om A og B-lag, og at journalisten vil rykke ned til B-lag dersom journalisten ikke omtaler saken slik som spinndoktoren har solgt den inn. Journalist B sier at han/hun ofte mottar ideer, men at han/hun aldri publiserer det slik som det er solgt inn. Unntaket er dersom det er en konkret nyhet eller lekkasje. Som teorien om A og B-lag sier, så rykker journalistene og redaksjonene ned til B-lag dersom spinndoktorene ikke blir tilfredsstilt (Rasmussen 2012, 68). Dette kommer tydelig frem i intervjuet med Spinndoktor 3. Spinndoktoren sier at man bare kan gå til en ny journalist eller ny redaksjon dersom journalisten i Aftenposten ikke ønsker å ta imot en sak. Dette er med på å underbygge teorien ytterligere om at det eksisterer A og B-lag. Som det ble fortalt av Journalist B, så tenderer enkelte spinndoktorer til å bli sure når journalistene ikke gjør slik som de ønsker. Dermed blir det naturlig å anta at spinndoktorene faktisk straffer journalistene ved å flytte dem fra A-lag til B-lag og heller tar kontakt med nye journalister.

Det kan hevdes at teorien om informasjonssubsidier har økt sin relevans i samfunnet som følge av at journalistene opplever større press på produksjonen samtidig som de får mindre ressurser. Teorien om informasjonssubsidier innebærer at journalistene får tilbud om bearbeidet informasjon som for eksempel pressemeldinger, pressepakker og meningsmålinger (Allern 2001, 49). Selv om spinndoktorene tar seg av kostnadene og bruker tid på jobben, så tyder likevel våre funn på at begge journalistene nekter informasjonssubsidier og velger å ikke delta i maktspeilet. Dette indikerer at teorien om informasjonssubsidier kanskje ikke har økt sin relevans på tross av at journalistene opplever større press på produksjonen. Disse funnene kan vi også tolke som at

journalistene er opptatt av å følge Norsk Presseforbund sine etiske regler, nemlig Vær Varsom-plakaten. Der legges det vekt på blant annet samfunnskritikk.

4.4 Aftenposten vs andre medier

Når det gjelder hvordan spinndoktorer vurderer et oppslag i Aftenposten i forhold til andre aviser, så fremkommer det at Aftenposten er en seriøs avis som spinndoktorene anser for å sette dagsorden. I tillegg viser funnene våre at spinndoktorene ønsker å få omtale i Aftenposten når de spesielt vil få oppmerksomhet rundt samfunnsmessige saker. Dette kan vises ved følgende sitat fra Spinndoktor 3:

Man velger medium etter tema vi vet at redaksjonen er opptatt av, og form på saken. I saker om for eksempel klima, datalagring, fredspriser, er Aftenposten å foretrekke fordi de har kunnskapsrike og interesserte journalister på feltet (Spinndoktor 3).

Utover dette viser funnene at spinndoktorene ser på Aftenpostens politiske redaksjon som henholdsvis gode, viktige, seriøse og dyktige sammenlignet med andre politiske redaksjoner i Norge. I tillegg sier Spinndoktor 3 at Aftenposten er vanskelig å selge lettvinte saker til.

Når det gjelder hvordan journalistene tror at spinndoktorene vurderer et oppslag i Aftenposten i forhold til andre aviser, så er både Journalist A og Journalist B enige om at Aftenposten er troverdig og betydningsfull. Journalist A sier blant annet at det merkes at det er forskjell på saker de får solgt inn til Aftenposten og andre medier:

Jeg merker at det er forskjell på saker de selger inn til oss og andre medier: føler ofte at det er forsøk på å selge vanskelige saker/reformer til oss. Ellers tror jeg vi oppfattes som seriøse og betydningsfulle – på linje med NRK hvis budskapet er mest viktig for folk på Østlandet (Journalist A).

Journalist B legger derimot til at Aftenposten har et relativt lite nettsted, slik at en sak på VG.no trolig vil bli lest av flere. Men Journalist B sier også at Aftenposten har en høy andel med lesere som stemmer eller engasjerer seg i politikk. På spørsmål om hvordan

journalistene vil vurdere den politiske redaksjonen i Aftenposten sammenlignet med andre politiske redaksjoner sier Journalist A og B:

Jeg tipper vi blir vurdert som forholdsvis seriøse, men litt mer tabloide enn før – og med færre ressurser og dårligere tid enn før. Jeg tror ikke vi er spesielt lette å selge inn stoff til – men jeg tror noen lykkes bedre ved å gå utenom oss og rett på enkeltreportere i innenriks/nyhetsavdelingen som ikke kjenner den politiske historikken omkring saken (Journalist A).

Vi er av de redaksjonene som satser mye på politikk, selv om vi ikke er spesielt store lenger. Vi er trolig litt kjedeligere og mer tilbakeholdne enn for eksempel VG, som også er veldig gode. Men vi har også plass til flere og større saker om politikk, slik at vi i sum trolig har mer politikkstoff å tilby leserne (Journalist B).

4.4.1 Tolkning

Som nevnt tidligere handler agendasetting om medienes evne til å sette dagsorden i opinionen (Allern 2001, 59). Teorien sier altså at mediene setter rammene for hva som er samfunnsdebatten og dette understreker hvor stor betydning dagsorden har for de politiske partiene. Når det gjelder hvordan spinndoktorer vurderer et oppslag i Aftenposten i forhold til andre aviser, så fremkommer det at Aftenposten er en seriøs avis som spinndoktorene anser for å sette dagsorden. I tillegg oppga Spinndoktor 3 at Aftenposten er vanskelig å selge lettvinde saker til. Dette kan vi tolke som at Aftenposten har et sterkere maktforhold ovenfor spinndoktorer når det dreier seg om tyngre saker. I sum viser funnene våre at de politiske journalistene i Aftenposten besitter en makt på bakgrunn av at spinndoktorene anser Aftenposten for å sette dagsorden rundt viktige spørsmål i samfunnet. Vi kan også se i funnene våre at de politiske journalistene i Aftenposten er enige med spinndoktorene i at Aftenposten er en seriøs avis som er dyktige på politikk. Men Journalist A sier også at Aftenposten er en avis med færre ressurser enn de hadde tidligere. Dette kan være interessant i forhold til teorien om informasjonssubsidier. Men våre tidligere funn har vist at begge journalistene nekter for informasjonssubsidier. Som vi tidligere har tolket så gir dette en indikasjon på at teorien om informasjonssubsidier ikke har økt sin relevans som følge av at Aftenposten besitter færre ressurser enn tidligere. Funnene i denne delen av oppgaven er dermed med på å underbygge dette ytterligere.

I tillegg viser funnene våre at spinndoktorene ønsker omtale i Aftenposten når de spesielt vil få oppmerksomhet rundt saker som miljø, økonomi og andre tyngre saker. Dette gjenspeiles i følgende sitat fra Spinndoktor 3:

Man velger medium etter tema vi vet at redaksjonen er opptatt av, og form på saken. I saker om for eksempel klima, datalagring, fredspriser, er Aftenposten å foretrekke fordi de har kunnskapsrike og interesserte journalister på feltet (Spinndoktor 3).

Når spinndoktorene sier at de tilpasser saken etter hva journalistene er interessert i, så indikerer dette at spinndoktorene er portvaktere siden de bestemmer hvor de ulike sakene skal gå. Vi kan se det slik at spinndoktorene sparer journalistene for arbeid ved å sile informasjonen etter hva Aftenposten er interessert i å skrive om. Dette kan kobles til en økt profesjonalisering. Profesjonaliseringen av de politiske partiene har medført at spinndoktorene stadig blir flinkere til å sile ut informasjonen etter hva mediene er interessert i og ikke. Medialiseringen av politikken har ført til en økende rolle for rådgivere generelt (Fredriksen 2012, 2). Funnene våre indikerer at spinndoktorene besitter en god journalistforståelse og at de har god kjennskap til Aftenpostens profil. Vi kan tenke at når spinndoktorene har denne forståelsen og kjennskapen til Aftenposten og de politiske journalistene, så får de også mer makt som portvaktere.

4.5 Maktspørsmålet

Alle tre spinndoktorene var enige om at journalister og spinndoktorer både er medspillere og motspillere. Dette kan sees ved følgende sitat fra Spinndoktor 3:

Det er mer forhandling enn konkurranse. Begge er avhengige av et godt forhold til hverandre. Det kunne vel hende at det kunne gå litt røft for seg hvis en journalist slo opp en sak på en måte vi syntes var feilaktig eller ufullstendig (Spinndoktor 3).

På den andre siden var Journalist A og Journalist B enige om at journalister og spinndoktorer er mest motspillere. Journalist B forteller at i enkelte tilfeller kan et parti være en medspiller ved å påpeke utfordringer ved politikken til et annet parti, og på den måten gi journalistene en eksklusiv sak. Ifølge Journalist B blir de også medspillere ved at journalistene ønsker å få informasjon som kan skape oppmerksomhet og debatt rundt

norsk politikk.

Vi stilte spørsmål til både journalistene og spinndoktorene om de så noen sammenheng mellom endringene i medieverdenen og økningen i antallet spinndoktorer. Det viste seg at alle spinndoktorene var enige om at de så en sammenheng ved at redaksjonene opplever å måtte skrive flere saker og dermed kan trenge mer ferdig produsert stoff, blant annet fra partiene. Journalistene på sin side var enige i dette og sa blant annet at dårligere tid i mediene gjør det lettere for spinndoktorene å få sin versjon på trykk. Videre understreker Journalist B faren for at journalistene ukritisk videreformidler informasjon fra politikerne fordi spinndoktorene får mer tid. Journalist B nevner dette eksempelet:

“Næringsdepartementet prøvde å selge inn en sak til Aftenposten om hvor gode Regjeringen har vært med effektivisering for norsk næringsliv. Vi gikk inn i informasjonen og fant ut at halvparten av skrytelisten til statsråden var prosjekter som var startet eller påtenkt under den forrige Regjeringen. Saken ble dermed at statsråden presenterte rødgrønn politikk som sin egen, ikke at så mye var gjort av denne regjeringen (Journalist B).

Vi stilte også spørsmål om hvem som har makten mellom spinndoktorene og journalistene. Her er svarene fra journalistene:

Jeg kan snakke for meg selv – da vil jeg vel si at jeg har makten , men at jeg selvsagt kan bli brukt uten å vite om det noen ganger (Journalist A).

Begge har makt. Men journalisten har til slutt muligheten til å velge hva som står på trykk. Det har ikke informasjonsmedarbeiderne. De kan bare prøve å påvirke oss (Journalist B).

Spinndoktor 1 og 3 mener derimot at makten er jevnt fordelt. Spinndoktor 3 sier blant annet at man alltid kan gå til noen andre dersom man ikke får ut saken sin i Aftenposten. Spinndoktor 2 hevder på sin side at journalistene har makten, dette fordi de uansett har tilgang til sine lesere og det siste ordet i enhver sammenheng.

4.5.1 Tolkning

Alle tre spinndoktorene var enige om at journalister og spinndoktorer både er medspillere og motspillere.

Det er mer forhandling enn konkurranse. Begge er avhengige av et godt forhold til hverandre. Det kunne vel hende at det kunne gå litt røft for seg hvis en journalist slo opp en sak på en måte vi syntes var feilaktig eller ufullstendig (Spinndoktor 3).

Det som Spinndoktor 3 sier, er at det kan få konsekvenser dersom en journalist ikke skriver en sak slik som spinndoktoren har lagt det frem. Dette indikerer at det er hold i teorien om at journalister inndeles i A og B-lag. På den andre siden var Journalist A og Journalist B enige om at journalister og spinndoktorer er mest motspillere. Journalist B forteller at i enkelte tilfeller kan et parti være medspiller ved at spinndoktorene påpeker utfordringer ved politikken til et annet parti og på den måten gi journalistene en eksklusiv sak. Når de samarbeider på denne måten vil det kunne være til stor fordel for det politiske partiet som har negativ informasjon om et konkurrerende parti. Men som fortalt tidligere, så sier Spinndoktor 3 at det kan gå røft for seg dersom en journalist velger å slå opp en sak med en annen vinkling. På bakgrunn av dette, så kan vi anta at en journalist risikerer å rykke ned til B-lag dersom journalisten mottar eksklusiv informasjon, men i stedet velger å vinkle saken annerledes.

Vi stilte spørsmål til både journalistene og spinndoktorene om de så noen sammenheng mellom endringene i medie verdenen og økningen i antallet spinndoktorer. Det viste seg at alle spinndoktorene var enige om at de så en sammenheng ved at redaksjonene opplever å måtte skrive flere saker og dermed kan trenge mer ferdig produsert stoff, blant annet fra partiene. Journalistene på sin side var enige i dette og sa blant annet at dårligere tid i mediene gjør det lettere for spinndoktorene å få sin versjon på trykk. Videre understreker Journalist B at faren for at journalistene ukritisk videreformidler informasjon fra politikerne fordi spinndoktorene får mer tid. Dette kan vi også se i Jens Barland (2014) sitt studie, han fant ut at redaktørene ser på det som en stor utfordring for den kritiske journalistikken. På den ene siden kan vi tolke funnene våre som at journalistene får mindre makt ved at redaksjonene nå opplever å få mindre ressurser enn tidligere, noe som bidrar til at spinndoktorene lettere kan få inn sine ferdigskrevne artikler. På den andre

siden har funnene våre vist at journalistene sjelden eller aldri tar imot slike ferdig produserte saker.

Av de få gangene som journalistene faktisk tar imot saker, så har det vist seg at de gjør om og vinkler saken annerledes. Dette kan vi se ved eksempelet om Næringsdepartementet. Som vi gjorde rede for over, så fortalte Journalist B om hvordan Næringsdepartementet forsøkte å selge inn en sak til Aftenposten om hvor flinke Regjeringen hadde vært med effektivisering for norsk næringsliv. Dette resulterte i at Aftenposten gikk dypere inn i saken og fant ut av halvparten av sakene var startet av den forrige Regjeringen. Dermed ble saken i stedet vinklet slik at statsråden presenterte rødgrønn politikk som sin egen. I dette eksempelet sluttet spinndoktorens makt med en gang journalistene fikk informasjonen og Aftenpostens journalister tok avgjørelsen om hva som skulle komme på trykk. Dette underbygges ytterligere av Spinndoktor 2 som hevder at journalistene har makten, dette fordi de uansett har tilgang til sine lesere og har det siste ordet i enhver sammenheng. De to resterende spinndoktorene hevder at makten er fordelt. Disse to spinndoktorene sier blant annet at man alltid kan gå til noen andre dersom man ikke får ut saken sin i Aftenposten. Sigurd Allern (2001, 313) skriver at det er nyhetsredaksjonen som alltid har siste ordet når det gjelder publisering, men prosessen før dette er mindre forutsigbar og gir politiske kilder mange muligheter til å påvirke hva som vektlegges og hvordan det tolkes.

Da vi spurte journalistene om hvem som hadde makten av spinndoktorene på Stortinget og politiske journalistene i Aftenposten, så svarte Journalist A at han/hun vil si at journalisten har makten, men at journalisten kan bli brukt uten å vite det noen ganger. Ved bruk av tolkningsrammer og informasjonssubsidier får spinndoktorene mer makt ved at de kan ramme inn saker og “lure” journalistene, dette var Journalist A som nevnt klar over selv. Dette kan tolkes som at journalister synes det er anstrengende og at de opplever en viss usikkerhet. Spinndoktorene sliter ikke med usikkerhet nettopp fordi de er klar over det når de gjør det. Dette kan være en av årsakene til at spinndoktorer generelt sier de er mer glad i journalister enn journalister er i spinndoktorer. Vi kan tolke det slik at tolkningsrammer er særdeles avgjørende, og at spinndoktorene er fullt klar over dette. Som vi var inne på i stad så sa Spinndoktor 3 følgende:

Klarer du ikke å legge fram saken godt nok i utgangspunktet, når du ikke fram. Men du kan forbedre innsalget, og ta det til neste redaksjon (Spinndoktor 3).

Dette indikerer at spinndoktorene vet at de må legge frem en sak på en strukturert og interessant måte for å vinne plass i mediene. Vi kan dermed tolke det slik at økende grad av profesjonalisering også kan medføre mer makt hos spinndoktorene. Likevel er det viktig å understreke at journalistene i økende grad er klar over hvordan spinndoktorene blant annet bruker tolkningsrammer og at de derfor svært sjelden tar imot saker. I en rapport gjort av Jens Barland (2014, 39) kommer det frem at redaktørene tar selvkritikk på at de blir lurt. Dette kan vi se på som et resultat av profesjonaliseringen og at spinndoktorene har blitt flinkere til å legge tolkningsrammer. Spinndoktorene legger føringer for hvordan en sak skal fortolkes uten at journalistene er klar over det. Informasjonshindre og informasjonssubsidier er også veldig vanlig. På den andre siden har funnene våre vist at journalistene er observante på at spinndoktorene kan prøve å lure de ved bruk av tolkningsrammer, informasjonshindre og informasjonssubsidier, noe som gjenspeiles i eksempelet med Næringsdepartementet.

5.0 Avslutning

I denne delen av oppgaven vil komme med en konklusjon som besvarer problemstillingen vår og som oppsummerer hovedfunnene. Deretter vil vi i et eget delkapittel komme med kritikk av oppgaven før vi avslutningsvis peker på ideer til videre forskning.

5.1 Konklusjon

Vi velger nå å presentere problemstillingen på nytt for deretter å gi en konklusjon på oppgaven:

«Hvordan er maktforholdet mellom spinndoktorer i de politiske partiene og journalister i Aftenposten?»

Det fremkommer i studien at spinndoktorene medvirker til å gjøre politikken mer spillorientert og at journalistene i Aftenposten er mest opptatt av substans. Videre finner vi at journalistene har et bedre forhold til de spinndoktorene som er åpne og villige til å dele informasjon. Funnene i denne analysen viser at de spinndoktorene som velger å dele informasjon og er åpne, de danner også et bedre forhold til journalistene. Slik byttes

informasjon fra partiene mot oppmerksomhet i mediene. På den måten får de imøtekomme spinndoktorene makt ved at de får den oppmerksomheten i mediene som de ønsker.

Vi ser at det er enighet blant journalistene og spinndoktorene om at Aftenposten anses for å være en seriøs avis som setter dagsorden. Spinndoktorene som vi intervjuet viste seg å ha god kjennskap til Aftenpostens profil og en god journalistforståelse.

Profesjonaliseringen av de politiske partiene har ført til at spinndoktorene siler ut informasjon etter hva Aftenposten er interessert i, på den måten sparer de journalistene for mye arbeid. Spinndoktorene tilpasser saker etter hva journalistene er interessert i, noe som viser hvor profesjonelle spinndoktorene er. Dermed ser vi hvordan spinndoktorene er portvakter ved at de tar avgjørelsene på hvor de ulike sakene skal gå. Det som viser seg å være positivt for journalistene, er at spinndoktorene dermed ikke tar kontakt hele tiden, men de sparer journalistene for tid og bry.

Selv om endringene i medieverdenen medfører at redaksjonene opplever å måtte skrive flere saker, så påvirker ikke dette umiddelbart journalistene. Til tross for at spinndoktorene tar på seg kostnadene med stoff som er ferdig produsert og gjør en grundig jobb, så velger likevel journalistene å ikke delta i maktspelet. Dette skjer selv om journalistene nå opplever større press på produksjonen. Dermed viser det seg at det eksisterer et journalistisk ideal som er uforenlig med byttehandelen som er mellom journalister og spinndoktorer.

Gjennom analysen har vi sett at politiske journalister som ikke skriver saker slik som de blir solgt inn, heller ikke får henvendelser om eksklusive saker. Dette viser at det eksisterer A og B-lag, altså rykker journalistene ned til B-lag dersom journalisten ikke omtaler saken slik som spinndoktoren har solgt den inn.

Det viser seg også at de få gangene som journalistene velger å ta imot saker, så vinkler de oftest saken annerledes. Journalistene er årvåkne og klare på at de kan bli lurt, noe de også tar selvkritikk på. Vi mener at rapporten, Proffere PR Presser Pressen, drar det litt langt ved å hevde at journalister føler et sterkt press fra kommunikasjonsfolk. Basert på våre funn, så står de politiske journalistene sterkt og det er vanskelig å kontrollere dem. Dette skjer på tross av at spinndoktorene stadig blir flere og mer profesjonelle. For

samtidig som spinndoktorene lærer seg tolkningsrammer og teknikkene for å påvirke journalistene, så veier det opp ved at de politiske journalistene lærer seg teknikker for å unngå å la seg påvirke.

5.2 Kritikk av oppgaven

Som vi har gjort rede for underveis i studien, så kunne vi fått flere funn vedrørende maktforholdet dersom vi hadde gjennomført intervjuene ansikt til ansikt. Som sagt gjennomførte vi intervjuene på e-post, noe som gjør at vi ikke har sett ansiktsuttrykkene på informantene og i hvilken grad de reagerer på ulike spørsmål. Men det å gjennomføre intervjuene på e-post kan ifølge Fontana og Prokoss (2007) gi muligheten til å intervju mennesker man ellers ikke kunne intervju (sitert i Brinkmann og Tangaard 2012, 26). Det å få intervju med spinndoktorer og politiske journalister er ingen selvfølge, og det er grunn til å tro at gjennomføringen på e-post gjorde det vesentlig lettere å gjennomføre det.

Kvalitativ metode baserer seg på relativt små utvalg (Askheim og Grennes 2014, 15). Dersom vi hadde intervjuet mange flere personer så kunne vi ikke gått i dybden på samme måte. Men vi ser likevel at vi kanskje burde intervjuet et par informanter til. Med så små utvalg som vi har i denne oppgaven, så blir det heller ikke grunnlag for å generalisere. Men det må tas til etterretning at våre funn likevel kan ha en verdi da dette kan være bli grunnlag for forskning senere (Askheim og Grenness 2014, 14).

5.3 Videre forskning

Det kan være av interesse for flere å undersøke dette ytterligere. Videre forskning kan blant annet gjøres ved bruk av kvantitativ metode, og på den måten kan det oppnås et mer generaliserende resultat. Det vil blant annet være svært interessant å se på hvordan maktforholdet er mellom spinndoktorer og politiske journalister i andre store medier. For eksempel kan det være hensiktsmessig å se om politiske journalister i NRK har de samme oppfatningene som de politiske journalistene i Aftenposten. Da ville det vært interessant og intervjuet flere politiske journalister, også i Aftenposten. På den måten kan man se hvordan spinndoktorene håndterer de ulike mediene, og hvordan de ulike mediene håndterer spinndoktorer.

I videre forskning vil det også være svært interessant å gjennomføre en undersøkelse med

en spinndoktor fra hvert politisk parti. Slik kan det genereres ny kunnskap om hvordan de ulike spinndoktorene agerer og skiller seg fra de ulike spinndoktorene i hvert parti.

6.0 Litteraturliste

- Allern, Sigurd. 2001. *Flokkdyr på Løvebakken? Søkelys på Stortingets presselosje og politikkens medierammer*. Oslo: Pax.
- . 1997. *Når kildene byr opp til dans*. Oslo: Pax.
- Askheim, Ole Gaut Aas og Tor Grenness. 2014. *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. 2.Utg. Oslo: Universitetsforlaget AS
- Asp, Kent. 1986. *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Betænkning. 2004. Embedsmænds rådgivning og bistand. Betænkning fra udvalget om embedsmænds rådgivning og bistand til regjeringen og dens ministre. København: Schultz Information.
- Barland, Jens. 2014. *Proffere PR-bransje presser pressen*. Norsk Redaktørforening, 03/14.
- Bjørklund, Tor. 1991. "Election Campaigns in Postwar Norway (1945-1989): From Party-Controlled to Media-Driven Campaigns." *Nordic Political Science Association*, 14(3):279-298.
- Brinkmann, Svend og Lene Tanggaard. 2012. *Kvalitative metoder: Empiri og teoriutvikling*. Oslo: Gyldendal Norske Forlag
- Brønn, Peggy Simcic og Øyvind Ihlen. 2009. *Åpen eller innadvendt: Omdømmebygging for organisasjoner*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Cappelen, Anders. 2012. *Bruk pressen 3.0: komplett guide i presserelatert PR*. 3. Utg. Oslo: PR forlaget
- Cialdini, Robert B. 2011. *Påvirking: teori og praksis*. 2.Utg. Abstrakt forlag AS.
- Cook, Timothy E. 1998. *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press

- Fredriksen, Jannicke. 2012. "Kommunikasjon og mediehåndtering i politiske partier". Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
- Holter, Harriett og Ragnvald Kalleberg. 2007. *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. 4.Utg. Oslo: Universitetsforlaget AS
- Husom, Thea Bakke. 2014. "Norske aviser - bedre enn sitt rykte? En empirisk analyse av stortingsvalget i 2013". Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
- Gans, J Herbert. 2004. *Deciding What's News. A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. 25.Utg. Illinois: Northwestern University Press. Lesedato 13. april 2015:
https://books.google.co.uk/books?id=bWpFtVJlAD0C&pg=PA3&hl=no&source=gs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false
- Gjølberg, Maria. 2012. "Disputas: Maria Gjølberg." From
<http://www.sv.uio.no/isv/forskning/aktuelt/arrangementer/disputaser/2012/gjolberg.html>
- Ihlen, Øyvind og Per Robstad. 2011. *Informasjon og samfunnskontakt – perspektiver og praksis*. 1.Utg. Bergen: Fagbokforlaget
- Ihlen, Øyvind. 2007. *Petroleumsparadiset. Norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Oslo: Unipub forlag.
- Jacobsen, Dag Ingvar. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 2.Utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS
- Johannessen, Christine Rian. 2013. "Partidebatt i norske medier. En innholdsanalyse av VG og Aftenposten". Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
- Johansen, Anders. 2008. *Talerens troverdighet*. 4. utg. Oslo: Universitetsforlaget
- McNair, Brian. 2011. *An introduction to political communication*. 5.Utg. Abingdon: Routledge. Lesedato 20. april 2015:
http://storage.globalcitizen.net/data/topic/knowledge/uploads/20130412164339753295_Book_An-Introduction-to-Political-Communication.pdf
- Nielsen, Anne-Marie Mohr. 2011. "Spinndoktorens verktøykasse." Samtiden. Lesedato 15. mai 2015: <http://samtiden.no/2011/01/13/spinndoktorens-verkt%C3%B8ykasse/>

Nordby J, Kirstin. 2012. "Tar samfunnsansvar av PR-hensyn" *Aftenposten*. 16. mars. Lesedato 14. februar 2015: <http://www.aftenposten.no/okonomi/Tar-samfunnsansvar-av-PR-hensyn-6783996.html>

Nordland, Andreas. 2011. *Medier, makt og millioner*. Oslo: Schibsted Forlag

Rasmussen, Finn. 2012. *Massemedier og politisk kommunikation*. 2.Utg. Danmark: Forlaget Columbus.

Ringdal, Kristen. 2013. *Enhet og mangfold, samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 3.Utg. Bergen: Fagbokforlaget

Smith, Ronald D. 2013. *Strategic Planning for Public Relations*. 4.utg. Routhledge.

Store Norske Leksikon (SNL). 2009. "Profesjonalisere". Lesedato 02. mai 2015: <https://snl.no/profesjonalisere>

Tønsager, A.-M. 2001. "Amerikanisering av den norske valgkampen". Hovedoppgave, Trondheim: Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU.

VEDLEGG I

Intervjuguide: Politiske journalister i Aftenposten

Tema: Journalistens selvforståelse

- Hva er en politisk journalist?
- Hva er den politiske journalistens viktigste oppgave i Aftenposten?
- Hva kjennetegner en god politisk journalist i Aftenposten?
- Hva liker du best ved å jobbe som politisk journalist?

Tema: Relasjonen til spinndoktorer

- Hva kjennetegner en god spinndoktor på Stortinget?
- Hvordan vil du selv karakterisere relasjonen mellom politiske spinndoktorer og journalister?
- Hvis du skal gi en generell karakteristikk vil du si at relasjonen er god, middels eller dårlig?
- Er det motsetninger eller sammenfall i måten journalister og spinndoktorer arbeider på?

Tema: Kontaktmønstre og samhandling

- Kjenner du mange spinndoktorer? Bruker du dem når du henvender deg til politikere?
- Hvordan henvender du deg til spinndoktorer på Stortinget?
- Hvor ofte tar du kontakt med en spinndoktor?
- Har de fleste politiske journalistene i Aftenposten en spinndoktor som de pleier å ta kontakt med?
- Hvor ofte får du tilsendt en eksklusiv historie fra spinndoktorer på Stortinget?
- Opplever du oftest at du gjør om sakene eller at du publiserer historien slik spinndoktoren har vinklet den?
- De gangene du har gjort om en sak, har sakene oftest blitt positive eller negative for spinndoktorene?

Tema: Forskjeller mellom partiene

- Er det forskjell mellom partiene i hvor profesjonelle de er i medietarbeidet sitt mot Aftenposten?
- Er det spinndoktorer i noen partier du har et mer anstrengt forhold til enn andre?
- Hva er de vanligste feilene spinndoktorer gjør når de jobber mot den politiske redaksjonen i Aftenposten?

Tema: Aftenposten vs andre medier

- Hvordan tror du spinndoktorer vurderer et oppslag i Aftenposten i forhold til andre aviser?
- Er det spesielle typer stoff spinndoktorene ofte kommer eksklusivt til Aftenposten med?
- Hvordan vil du vurdere den politiske redaksjonen i Aftenposten sammenlignet med andre politiske redaksjoner?

Tema: Maktspørsmålet

- Er journalister og spinndoktorer mot- eller medspillere (er det forhandling eller konkurranse mellom gruppene)?
- Hvem mener du har makten av spinndoktorene på Stortinget og journalistene i Aftenposten? Hvorfor?
- Har du noen eksempler mellom denne maktfordelingen?
- Ser du noen sammenheng mellom endringene i medieverdenen og økningen i antallet spinndoktorer? Hvordan?

VEDLEGG II

Intervjuguide: Spinndoktorer på Stortinget

Tema: Spinndoktorers selvforståelse

- Hvor lenge har du jobbet som spinndoktor (i faglitteraturen brukes ordet spinndoktor om presseansvarlig og informasjonsrådgiver i de politiske partiene)?
- Hva er spinndoktorens viktigste oppgave på Stortinget?
- Hva kjennetegner en god spinndoktor på Stortinget?
- Hva er det du liker best ved å jobbe som spinndoktor?
- Føler du at forståelse for strategi og spill er avgjørende i arbeidet som spinndoktor?

Tema: Relasjonen til journalister

- Hva er politisk journalistikk?
- Hva kjennetegner en god politisk journalist?
- Hvordan vil du selv karakterisere relasjonen mellom politiske spinndoktorer og journalister?
- Dersom du skal gi en generell karakteristikk vil du si at relasjonen er god, middels eller dårlig?
- Er det motsetninger eller sammenfall i måten journalister og spinndoktorer arbeider på?

Tema: Kontaktmønstre og samhandling med Aftenposten

- Har du en eller to personer i Aftenposten som du pleier å kontakte?
- Hvor ofte tar du kontakt med journalister i Aftenposten?
- Hvordan henvender du deg til journalistene i Aftenposten?
- Når du sender et forslag til en sak til Aftenposten; Opplever du oftest at journalisten gjør om saken eller at journalisten kjører saken slik du vinklet den?
- De gangene journalistene i Aftenposten har laget sin egen vinkling på saken du har gitt dem, har de vinklet saken negativ eller positiv for deg?

Tema: Aftenposten vs andre medier

- Når du vurderer en sak til et utspill hvordan vurderer du et oppslag i Aftenposten i forhold til andre aviser?
- Er det spesielle typer stoff eller vinklinger som gjør at dere noen ganger foretrekker Aftenposten foran andre medier?

- Hvordan vil du vurdere den politiske redaksjonen i Aftenposten sammenlignet med andre politiske redaksjoner?

Tema: Maktspørsmålet

- Er journalister og spinndoktorer mot- eller medspillere (er det forhandling eller konkurranse mellom gruppene)?
- Hvem mener du har makten av spinndoktorene på Stortinget og journalistene i Aftenposten? Hvorfor?
- Har du noen eksempler på denne maktfordelingen?
- Pleier journalistene eller spinndoktorene å ha siste ordet? Kan du utdype dette?
- Ser du noen sammenheng mellom endringene i medieverdenen og økningen i antallet spinndoktorer? Hvordan?